

公開講座報告

生涯学習講座 「諷刺画の歴史 — 諷刺画が描く近現代と諷刺画の役割 —」

茨木正治*

諷刺画を介して近現代の社会を概観する。社会とメディアは相互に作用して現実を構成する。特に諷刺画は掲載媒体の雑誌や新聞と複合的に作用し、社会と距離を置いて描き出す。社会からメディアへの作用を見るには、19世紀末から20世紀に登場した大衆が構成する大衆社会の形成とその理論をもとにして考える。メディアから社会への作用についてはマス・メディアの登場・発達の流れと併せて、受け手である人々（大衆）への効果に焦点を当てた効果論の系譜をたどる。その結果、諷刺画の掲載媒体である新聞が党派的な色彩から大衆化・一般化したことは皮肉にも、世界大戦に代表される戦争であったことが示された。また、大衆化はメディアとしての諷刺画にとって訴求力の減少をもたらしたが、21世紀に入り電子メディアの発達と、マンガの多様化が福音となるか注目される。

キーワード：諷刺漫画、新聞、雑誌、大衆社会、大衆化

Report on the Overview of Society and Media in the 20th century in Cartoons

Masaharu IBARAGI*

This report was on the overview of society and media in the 20th century for the first extension course of Tokyo University of Information Sciences in 2015. With massification of mass media, political and editorial cartoons on newspapers and magazines during this period painted a vivid picture of mass man in the Western and Japanese mass societies, on the one hand. But massification has weakened the impact of cartoons because they did not satisfy the expectations of diverse needs and desires of reading audience. The power of online media has been uncertain as to whether or not it makes cartoons revival.

Keywords: cartoons, newspapers, magazines, mass society, massification

*東京情報大学 総合情報学部 総合情報学科 社会コミュニケーションコース
Tokyo University of Information Sciences, Faculty of Informatics, Department of Informatics

I. はじめに：2015年5月27日東京情報 大学生涯学習講座（4号館メディア・ ホール）

この講座は、社会とメディアとの関係を軸にこの近現代を概観することを目的とする。19世紀から20世紀初頭の日本や西欧で、産業化の進展に伴い、社会の大半の人が社会を構成するようになった時代（大衆社会）が到来した。この大衆社会の成立に大きく寄与したのはマス・メディアであった。ここには、マス・メディアが社会の現実を作る働きを持っていることが重要である。社会の出来事を選択して伝え、それに反応する大衆の意識を適宜に拾って世論としての政府を動かす（政府もそれを利用する）ということが繰り返されてひとつの現実を構成するのである。

このような、社会とメディアとの関係は、メディアから社会への動きは、情報の送り手と受け手との関係に見出すことができる。送り手であるメディアが大衆に与える影響、すなわちメディアの効果研究野歴史をたどることによって、メディアがどのような現実を作ってきたか（作ろうとしたか）を探ることができる。他方、社会からメディアへの動きについては、マス・メディアが描く社会の諸相に着目する。メディアが意図せざる社会の姿をみることで、社会からメディアの動きをとらえる。そのためには、マス・メディアに内在して、かつ外在的にメディアを描き出すメディアが求められる。本講座ではそれを諷刺漫画に求める。諷刺は対象との距離と、既存の規範からの逸脱の程度によってあらわされるといわれる。世相を描くこと（メディアから社会へ示す影響力の実相）とそれを既存価値で測ること（社会からメディアへ示す社会意識）が同時に求められるのであるが、本講座では、風刺漫画の后者の側面に焦点を当てて、近現代を概観した。

II. 社会からメディアへ：メディア効果研究の流れと「大衆社会」

マス・メディア研究の変遷を考えるに当たり、①その時代の基軸メディア（新聞、ラジオ、テレビ等々）、②文化観（楽観・悲観・中立・両義的）、③受け手像（自律的、受動的、能動的消費者、戦略的読み手）、④研究パラダイムを基準として、効果の程度を考察した。その結果、次の4つの時期に区分された。(1) 20世紀初頭は、2つの世界大戦を反映した戦争宣伝に象徴される「強力効果」の時代、(2) 世界大戦後の20年ほどは、その反動としての「限定効果」の時代、(3) 1970年代からまで、世紀末受け手の能動性と認知レベルの効果の相克による「限定された強力効果」の時代、(4) 21世紀に入ってネットの登場による新しい効果モデルの模索の時代、がそれである。ここから、受動的な大衆から、より自覚化され能動性を持ち動機づけられた大衆、自ら発信できるメディアをもったことによる新しい大衆の姿を見てとることができる。

III. メディアから社会へ：諷刺画が描くこの100年

1. 大衆化した新聞

19世紀末アメリカでは、大衆を取り込んで大衆化した新聞は、人気を博した漫画家の奪い合いから互いに非難中傷を繰り返すことでその社会的信用を落としていった「イエロージャーナリズム」と揶揄された。この争いには、当時のマンガ＝子どものものという位置づけが反映されている。そして、子供扱いされた大衆、「無垢で受動的な」大衆像を裏付けるものでもあった。(図1)

2. 戦争と諷刺画

図2は、竹久夢二作とされているが、裏付ける資料はない。梶子となる丸太を押している側に、新聞社もいた。先の「イエロージャーナリ

ズム」の担い手であったJ・ピュリツァーとW・ハーストも米西戦争で、日本の「三大紙」の一翼をなす新聞も日清・日露の戦争で部数を伸ばしていった。戦争の従軍記を描いていたのも漫画家であった。しかし、日露戦争後、第一次世界大戦などには戦争批判の諷刺画も全国紙に掲載されるようになった。大正期に岡本一平の「漫画漫文」が登場し、諷刺の対象へのまなざしが「非人間」から「人間」に変化した。これによって諷刺画の対象が広がりを見せた反面、攻撃の鋭さを欠くことも多くなり、軍国主義に抗することができなくなった。

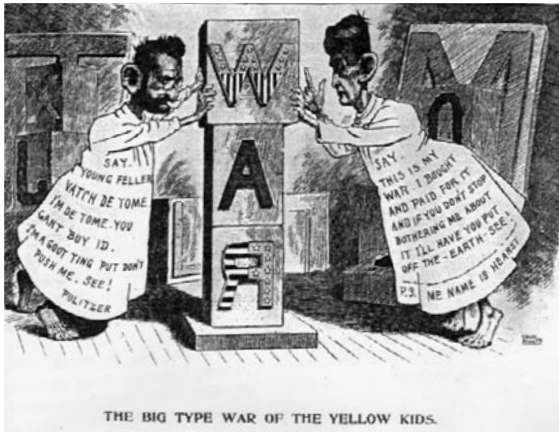


図1 Vim Magazine, 1898/06/29、Leon Barrit



図3 Thomas Nast 1871/08/19
Harpers Weekly

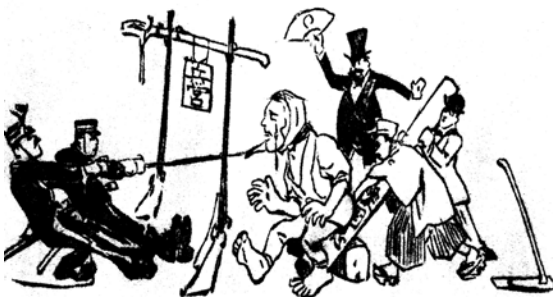


図2 「強制された愛国心」 1904/01/17
『平民新聞』



図4 麻生豊 1946/01/15『新漫画』

3. 政治責任の問題

戦争責任の循環は、政治責任の循環と軌を一にする。1871年アメリカ、ニューヨークの民主党タマニー派を風刺したT・ナストの作品（図3）から、第1次世界大戦の敗戦国ドイツの戦争責任を問うたE・マルカスのものを介して、1946年『新漫画』の麻生豊の作品（図4）とほぼ同じモチーフで行きつく。これは、戦後日本における政治汚職事件への責任追及へと連綿と続く。共通するのは責任の転嫁と不在であり、それが諷刺主体の国民や庶民にも及んでいることである。

4. 現代（21世紀）の諷刺画

価値の多様化が、規範の流動化を招き、諷刺の矛先を鈍らせていった。特定の立場を据えて批判することが、掲載媒体の大衆化と「国民新聞」化した日本の新聞ではできなくなってきた。アメリカでは、電子化の波と専門外の企業への売却といった組織の危機状況はあるものの、最大の発行部数で日本の5分の1の200万部、40万部でも全米の10位に入るという地域の（特定階層の）メディアであることが、新聞諷刺を専門にする漫画家が300人もいる状況を保っている。加えて、2001年にピューリッツアー賞を受賞したアン・テルニーズを筆頭に、女性の諷刺職業漫画家が存在することが、ジェンダーの視点を作品に反映させている。彼女たちは、また電子化にいち早く取り組み、伝統的な通信社配信システムネットワークを利用して作品を全国に配信している。日本では、『読売新聞』が1コマ漫画の掲載を2014年9月に終了させ、描く場所の縮小は依然として続いている。ジェンダーの視点は望むべくもない。

IV. フロアーとの質疑応答：まとめにかえて

1. 「エブド事件」の持つ意味

フランスの『シャルリ・エブド』がイスラムから批判されている。「ムハンマド諷刺画」事件（問題）とするのは諷刺画本来の意味からの逸脱である。社会規範からの逸脱が諷刺の出発点であること、社会的弱者が強者に向かって放つ表現形式の一つが「諷刺画」であること、を近代の日本、ユーロッパ、アメリカ合衆国の「諷刺画」をⅢまでで例示して確認した。そこから、先の『エブド』のそれと比較してみると、発信元は弱小出版社だが、その背景にはイスラム社会を移民として受け入れつつも、経済社会状況の悪化にともなって「よそ者」（「今風の言葉なら「調整弁」）扱いとしてみなしてきた、フランスの一部の人々の意識を反映するものにすぎず、その作品群は諷刺画に値しない。問題は「諷刺画」として、『エブド』掲載のマ

ンガが認知されていることにある。「諷刺画」はあくまで）メディアであり、それを利用する主体によってまず意味付けが変わる。そして、すべてが相対化される現代において諷刺という言葉もまた相対化される。

2. 相対化の時代における諷刺の視点：

こうした問題は、フロアーからは、現代の諷刺画の勢いのなさは何に起因するのかについて質問がなされたことへの解答でもある。現代社会が多様化していることも一因であるが、続けて、Web上のやりとりを見ると必ずしも多様な価値によるやり取りではないのではという疑問が出された。Webメディアのソースは新聞や雑誌であり、こうしたマス・メディアが社会的強者の顔を窺っていることが問題ではないかという指摘もなされた。こうしたフロアーからの指摘をふまえつつ、言説の相対化に対し、その現状を踏まえ、いかに主導権を握るか——状況の定義づけをすることができるか——が重要になってくる。すなわち、マス・メディアと大衆がWebを使って相互にやり取りをすることを通じて、社会の諸問題に関する「世論」形成の主導権を握ることが諷刺の機能を活性化させる糸口となるのではないか。

【参考文献】

- 佐藤毅, 1990 『マスコミの受容理論 言説の異化 媒介的変換』 法政大学出版局。
 佐藤卓己, 1998 『現代メディア史』 岩波書店。
 Fiske Susan, T. & Shelley E. Taylor, 1991 *Social Cognition Second Edition*, McGraw-Hill, Inc.
 松田美佐, 2014 『うわさとは何か ネットで変容する「最も古いメディア」』 中公新書。
 山本文雄 編, 1998 『日本マス・コミュニケーション史（増補）』 東海大学出版会。
 日本新聞博物館, 2003 『新聞漫画の眼——人 政治 社会』 ニュースパーク（日本新聞博物館）。
 清水勲, 1997 『近代日本漫画百選』 岩波文庫。
 茨木正治, 2007 『メディアのなかのマンガ』 臨川書店。
 ———, 2014 「マス・メディアの「極化」現象の

考察——研究動向と応用可能性の検討」『法政論叢』第50巻, 第2号 p.1-13.

宮本大人, 2003 「新聞漫画における『人間』への関心」(日本新聞博物館 『新聞漫画の眼——人政治 社会』 p.114-117).

藤田省三, 2006 「大正時代の諸問題」(藤田省三『藤田省三対話集成2』みすず書房).

